



RESUMEN EJECUTIVO

**CAMBIEMOS EL GUION:**

**NOSOTRAS TAMBIÉN CONTAMOS**

**ANÁLISIS DEL LIDERAZGO FEMENINO  
EN LA FICCIÓN CONTEMPORÁNEA**



**01**

**INTRODUCCIÓN**

---

**02**

**¿QUÉ OPINAN LAS NIÑAS  
Y LAS JÓVENES?**

---

**03**

**PRINCIPALES CONCLUSIONES  
Y RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO**

01

Plan International es una organización independiente comprometida con los derechos de la infancia y la igualdad de las niñas. Trabajamos para que las niñas y las jóvenes puedan aprender, liderar, decidir y prosperar.

Plan International trabaja por un mundo justo, donde los derechos de la infancia y la igualdad de las niñas sean una prioridad. Impulsamos cambios en las políticas y prácticas a nivel local, nacional y global, y trabajamos con niños, niñas, jóvenes y comunidades para abordar las causas fundamentales de la discriminación contra las niñas y las jóvenes.

En Plan International creemos que las niñas, adolescentes y mujeres deben tener un papel crucial en el desarrollo económico y social y trabajamos para que puedan acceder a roles de liderazgo y toma de decisiones en los espacios políticos, económicos, judiciales y sociales que afectan a sus realidades. Por eso, a través de nuestra iniciativa "Girls Get Equal" buscamos acabar con la doble discriminación, por género y edad, que millones de niñas y jóvenes siguen sufriendo en todo el mundo. La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible nos ofrece una oportunidad única para transformar las vidas de millones de niñas.

Girls Get Equal es un movimiento que refleja el poder único de las niñas y adolescentes, su voz y su liderazgo. Queremos inspirar a las personas y las organizaciones

a que se sumen al movimiento por el cambio y las apoyen para cambiar el mundo.

Dentro de esta iniciativa, se enmarca el estudio ***Cambiamos el guion: Nosotras también contamos. Análisis del liderazgo femenino en la ficción contemporánea***, realizado conjuntamente por Plan International España y la Universidad de Castilla-La Mancha.

El **objetivo** de este estudio es analizar la percepción de las niñas, jóvenes y profesionales del sector, sobre la representación de las jóvenes líderes en la industria audiovisual y de entretenimiento.

La investigación se ha realizado aplicando una encuesta online dirigida a chicas de entre 14-30 años, grupos de trabajo con jóvenes y personalidades de la industria audiovisual, entrevistas individuales con profesionales de distintos perfiles, y un visionado y análisis de una muestra intencional de películas, series, videojuegos y publicidad.

En el proceso, ha sido fundamental conocer la opinión de las niñas y mujeres jóvenes sobre cómo creen que son representadas en la imagen que transmiten los medios. En este informe ejecutivo destacamos la información obtenida del trabajo realizado con ellas en el marco de este estudio.

# 02

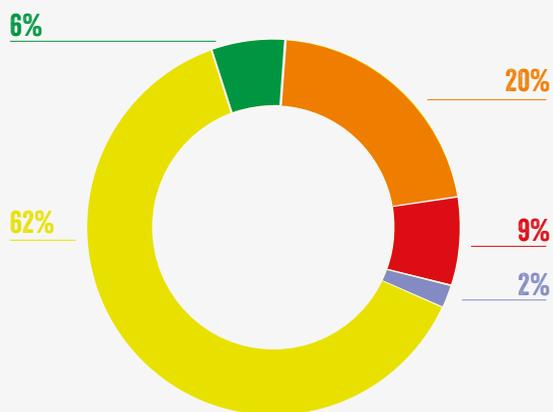
## ¿QUÉ OPINAN LAS NIÑAS Y LAS JÓVENES?

### ¿DÓNDE Y CÓMO APARECEN LOS PERSONAJES FEMENINOS EN LAS PANTALLAS?

La mayor parte de las chicas (un 62%) cree que hay pocas mujeres jóvenes liderando en tramas de películas o series, ni tampoco mujeres en general. Aunque se muestran optimistas e indican que esta realidad está cambiando, porque cada vez hay más personajes femeninos en las películas y las series. En este informe ejecutivo destacamos la información obtenida del trabajo realizado con ellas en el marco de este estudio.

#### ¿HAY PERSONAJES FEMENINOS LIDERANDO EN LA FICCIÓN?

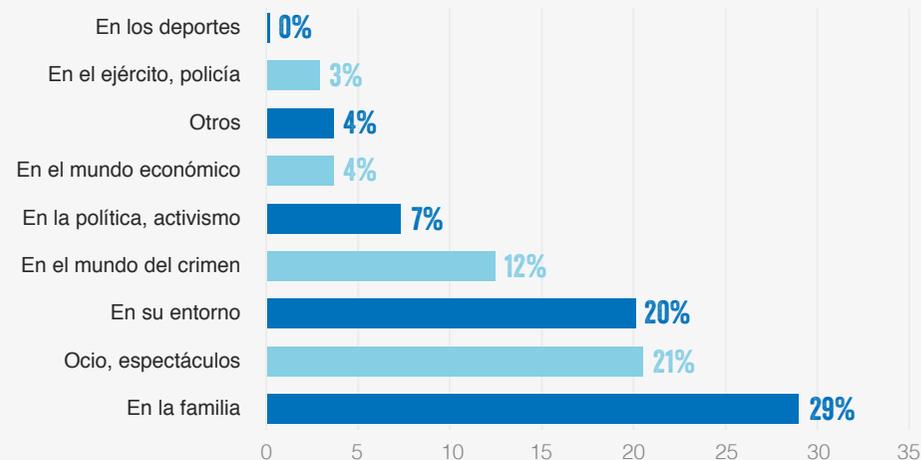
■ Hay muchas ■ Hay bastantes ■ Son pocas ■ Casi no hay ■ No hay



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

Lo que también manifiestan las jóvenes es que cuando los personajes femeninos aparecen liderando, suele ser en el ámbito familiar (29%), siendo casi invisibles en otro tipo de productos audiovisuales referidos a los deportes, las ciencias, las fuerzas de seguridad o el mundo empresarial.

#### ¿DÓNDE SUELEN APARECER LAS LÍDERES?



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

**“NOSOTRAS SOMOS JUGADORAS DE RUGBY Y NUNCA HE VISTO UNA PELÍCULA EN LA QUE LAS CHICAS SEAN PROTAGONISTAS PRACTICANDO ESTE DEPORTE”.**

(Participante en el grupo de entre 14 y 18 años).

**NO HAY GRANDES HEROÍNAS CIENTÍFICAS. HAY QUE VISUALIZAR MÁS A LAS MUJERES QUE NO SE CONOCEN, NO HACE FALTA INVENTAR COSAS, SINO RECUPERAR SUS HISTORIAS”.**

(Participante en el grupo de entre 22 y 30 años).

# 02

## LAS JÓVENES NECESITAN REFERENTES FEMENINOS EN LAS PANTALLAS

**“LAS NIÑAS Y LAS MUJERES JÓVENES TAMBIÉN TIENEN CLARO QUE NECESITAN MODELOS A SEGUIR EN LA PANTALLA: NECESITAN VERSE A SÍ MISMAS EN LAS HISTORIAS QUE LAS RODEAN, Y SU CAPACIDAD DE LIDERAZGO DEBE SER RECONOCIDA Y ALENTADA”.**

*(Rewrite her story. How film and media stereotypes affect the lives and leadership ambitions of girls and young women. Plan International, 2019).*

Las jóvenes necesitan contar con referentes en las que verse reflejadas. En líneas generales, piensan en mujeres con autonomía y fortaleza. Admiran a las mujeres que se muestran valientes, inteligentes, que se preocupan por los demás o que tienen capacidad para organizarse.

### Como líderes fuertes las jóvenes destacan:

Pippi Långstrump; Wonder Woman; Xena: la princesa guerrera; Mérida de *Brave*; Eleven de *Stranger Things*; Lara Croft; Mulán; Kim Possible; Matilda; Katniss Everdeen en *Los Juegos del Hambre*; Tokio en *La Casa de Papel*; June Osborn en *El Cuento de la Criada*; Nairobi en *La Casa de Papel*; Daenerys Targaryen en *Juego de Tronos*; Capitana Marvel; Lisa Simpson; Vaiana; Arya Stark de *Juego de Tronos*; Jessica Jones y Kate Beckett en *Castle*.

### Como líderes inteligentes las jóvenes destacan:

Eleven, Mulán, Matilda, Daenerys Targaryen y Lisa Simpson.

También creen que hay cualidades que convierten a una mujer en antilíder, como aquellas que fomentan el amor romántico, la fragilidad de las mujeres, la dependencia o la falta de inteligencia. Destacan además que no les gustan las mujeres envidiosas, manipuladoras o superficiales, o que se enfrentan con otras mujeres. A este respecto, hay ciertas características que identifican como negativas, como son la agresividad, la belleza, el dinero, el individualismo y la juventud. Resulta llamativo que el hecho de ser joven sea percibido como un rasgo que no ayuda a ejercer el liderazgo, lo que podría interpretarse como una dificultad por parte de las chicas para percibirse a sí mismas como ese motor de cambio.

### Las antilíder para las chicas son:

Las princesas Disney y las malvadas Lara Croft, Bella Swan en la saga *Crepúsculo*, Angélica en *Los Rugrats*, Anastasia Steele en *Cincuenta Sombras de Grey*, los personajes de *Gossip Girl* y Daenerys Targaryen en *Juego de Tronos*.

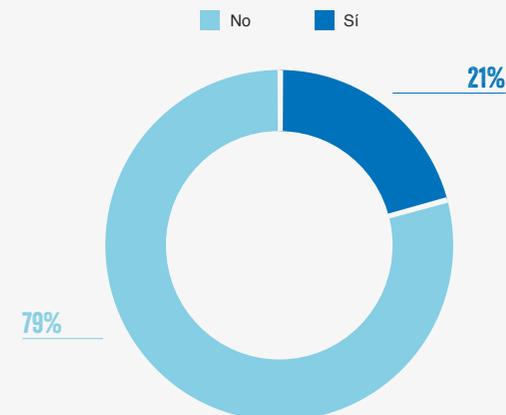
## ¿QUÉ PIENSAN LAS JÓVENES SOBRE EL LIDERAZGO EN HOMBRES Y MUJERES EN PANTALLA?

En general creen que los hombres y las mujeres son bastante desiguales a la hora de liderar, y que a las mujeres se las representa menos poderosas y más frágiles que los hombres.

## ¿TE IDENTIFICAS CON LAS CHICAS Y LAS MUJERES LÍDERES QUE VES EN LA PANTALLA?

Finalmente, la gran mayoría de las jóvenes no se sienten reflejadas en las mujeres líderes que aparecen en pantalla.

### ¿TE VES REFLEJADA EN LAS LÍDERES QUE APARECEN EN LA FICCIÓN?



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

# 02

## ¿QUÉ LES GUSTARÍA VER?

Las jóvenes demandan personajes que reflejen sus problemas cotidianos, que aborden aspectos de su día a día, que consideren mucho más rico y variado que el que a veces muestra la ficción. Por ejemplo, quisieran que las tramas no se centraran tanto en la búsqueda del amor.

**HOY LA JUVENTUD SE EXPRESA EN MUCHOS MÁS ESPACIOS, REIVINDICA LOS TEMAS QUE LE IMPORTAN Y CUESTIONA DE QUÉ MODO SON TRATADOS. EN LAS CUESTIONES DE GÉNERO HAY UNA SENSIBILIDAD SOCIAL DISTINTA Y LAS ADOLESCENTES SON CAPACES DE HACER UNA LECTURA EN CLAVE IGUALITARIA CON MUCHA MÁS FACILIDAD QUE LAS JÓVENES DE HACE VEINTE O TREINTA AÑOS.**



## 03

# PRINCIPALES CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO

- Es necesario contar con un diagnóstico actualizado de la situación del sector productivo de la ficción. Es la primera medida para estudiar la situación de las mujeres y las jóvenes detrás y delante de las cámaras.
- Es necesario que las mujeres, y en concreto las mujeres más jóvenes, se incorporen a ciertos puestos de toma de decisiones, de producción, dirección ejecutiva o guionista. Si se incluye más diversidad, también de género y de edad, en estos puestos de responsabilidad y creatividad, es más probable que las historias que se narren sean más ricas y más igualitarias, y los personajes más reales y complejos.
- Es necesario visibilizar a las mujeres autoras, de todas las edades, que ya están escribiendo historias.
- Se debe exigir un compromiso firme por parte de la industria audiovisual en materia de igualdad, adoptado como parte de su responsabilidad social.
- Debe construirse una sociedad crítica con los productos audiovisuales que consume. La herramienta esencial es la educación, la reflexión consciente y el diálogo. Es esencial trabajar en cómo visualizan e incorporan los jóvenes, y en concreto las chicas, todas las representaciones mediáticas de las que son objeto, especialmente aquellas que proyectan su rol de liderazgo.
- Deben cumplirse los compromisos acordados en torno a la representación de las niñas y las mujeres en los medios de comunicación, tal como se describe en la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing de 1995.



**NADIA DE SANTIAGO:** “Los personajes femeninos referentes en la pantalla van cambiando, antes eran sumisas, dóciles... Siempre influidas por hombres. Además, me doy cuenta que cuando ibas a *castings*, antes siempre te seleccionaban hombres. Todo eso va cambiando”.



**ROSA MARÍA CALAF:** “La educación, la información y el entretenimiento sanos en beneficio de la mayoría son las auténticas herramientas de cambio”.



**CELIA CERVERO:** “A una líder me la imagino empática, con capacidad de escucha, trabajando con otros tempos, con otra delicadeza, más abierta a trabajar con otras propuestas y canalizarlas. Firme, pero tal vez con más mano izquierda”.



## ACERCA DE PLAN INTERNATIONAL

Reconocemos el poder y el potencial de cada niño y cada niña, que a menudo se ve limitado por la pobreza, la violencia, la exclusión y la discriminación, ámbitos en los que las niñas son las más afectadas.

Como organización independiente de cooperación al desarrollo y ayuda humanitaria, trabajamos junto con los niños, niñas y jóvenes, defensores y socios para abordar las causas profundas de los desafíos que enfrentan los niños y niñas, especialmente los más vulnerables.

Apoyamos los derechos de los niños y niñas desde el nacimiento hasta que alcanzan la edad adulta, y ayudamos a los niños y niñas a prepararse y responder ante las crisis y la adversidad. Impulsamos cambios en las prácticas y las políticas a nivel local, nacional e internacional a través de nuestro alcance, experiencia y conocimiento.

---

## SIGUE A PLAN INTERNATIONAL

-  [plan-international.es](http://plan-international.es)
-  [facebook.com/Planinternational.es](https://facebook.com/Planinternational.es)
-  [twitter.com/PlanInt\\_ES](https://twitter.com/PlanInt_ES)
-  [instagram.com/planint\\_es](https://instagram.com/planint_es)
-  [youtube.com/user/PlanEspana](https://youtube.com/user/PlanEspana)
-  [linkedin.com/company/plan-esp-a](https://linkedin.com/company/plan-esp-a)

### Plan International España

C/ Pantoja, 10  
28002, Madrid

Atención al donante: 900 244 000  
[atencionaldonante@plan-international.org](mailto:atencionaldonante@plan-international.org)

Con la colaboración de:

